BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di bab sebelumnya mengenai bauran pemasaran, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil pengujian bauran pemasaran memberikan pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung. Dan sudah mampu memberikan harapan bagi para konsumen. Bauran pemasaran terdiri dari tujuh indikator yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), fasilitas fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*).

2. Hasil pengujian kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikanpositif terhadap loyalitas konsumen konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung. Dan dilihat dari tanggapan responden terhadap masing-masing indikatornya responden memberikan tanggapan setuju pada setiap indikatornya.

3. Dari hasil uji t menunjukan bahwa secara parsial variabel bauran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung. Dapat dikatakan dimana bauran pemasaran dan kualitas pelayanan yang dilakukan atau diterapkan oleh prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung semakin baik maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas konsumen.

5. Dari hasil uji F menunjukan bahwa secara simultan variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan hipotesis diterima.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan mafaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

   Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas

konsumen.Namun bagi pihak akademisi masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, sehingga perluadanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalammemberi kontribusi kepada manajemen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung untukmenentukan kebijakan dalam hal pemasaran produk jasa fitness studio center.Diharapkan manajemen mampu menjaga danmeningkatkan bauran pemasan dan kualitas pelayanan yang baik.